

Nota del Gasto en consumo en la ciudad de Madrid

Festival MADO – Madrid Orgullo 2024

30 de julio de 2024

El gasto total estimado en el periodo del Orgullo de 2024 (del 28 de junio al 7 de julio) ascendió a 560,3 millones de euros en el municipio de Madrid, lo que supone una subida de un 9,2% con respecto a un periodo estándar y de un 7,8% con respecto al periodo del Orgullo de 2023.

1.- GASTO TOTAL ESTIMADO Y TICKET MEDIO

1.1.- Gasto total realizado

El **gasto total estimado en el periodo del Orgullo de 2024 (del 28 de junio al 7 de julio)** ascendió a 560,3 millones de euros **en el conjunto del municipio de Madrid**, lo que supone una subida de un 9,2% con respecto a un periodo estándar. **En la zona Centro** el gasto total estimado fue de 191,8 millones de euros, un 11,4% más que en el periodo de referencia. **Con respecto al periodo del Orgullo de 2023**, el gasto total aumentó un 7,8% en el municipio de Madrid y un 7,9% en la zona Centro, sin descontar el efecto de la inflación.

El **valor del ticket medio** ascendió a 24,9 euros en el municipio de Madrid (un 3,5% más que en el periodo de referencia) y 26,0 euros en la zona Centro (un 0,8% menos). En relación al periodo del Orgullo 2023, el ticket medio registró un descenso de un 1,3% en el municipio de Madrid, mientras que en la zona centro se mantuvo estable.

Municipio de Madrid	Madrid Orgullo 2024	Variación porcentual Madrid Orgullo 2023	Variación porcentual Periodo de referencia
Ticket medio	24,9*	-1,3%	3,5%
Gasto total estimado	560,3**	7,8%	9,2%

*euros; ** Millones de euros

Zona Centro	Madrid Orgullo 2024	Variación porcentual Madrid Orgullo 2023	Variación porcentual Periodo de referencia
Ticket medio	26,0*	0,0%	-0,8%
Gasto total estimado	191,8**	7,9%	11,4%

*euros; ** Millones de euros

1.2.- Gasto directo, indirecto e inducido.

El gasto realizado en el período del Madrid Orgullo 2024 en la ciudad de Madrid se estima en 560,3 millones de euros, lo que supone un incremento con respecto a un período estándar de 47,3 millones sobre el valor total de la producción.

Impactos del incremento de gasto durante el período MADO 2024 sobre la Ciudad de Madrid. Millones de euros

	Directo	Indirecto	Inducido	Total
VAB	29,2	8,9	21,0	59,1
Producción	47,3	15,9	36,5	99,8

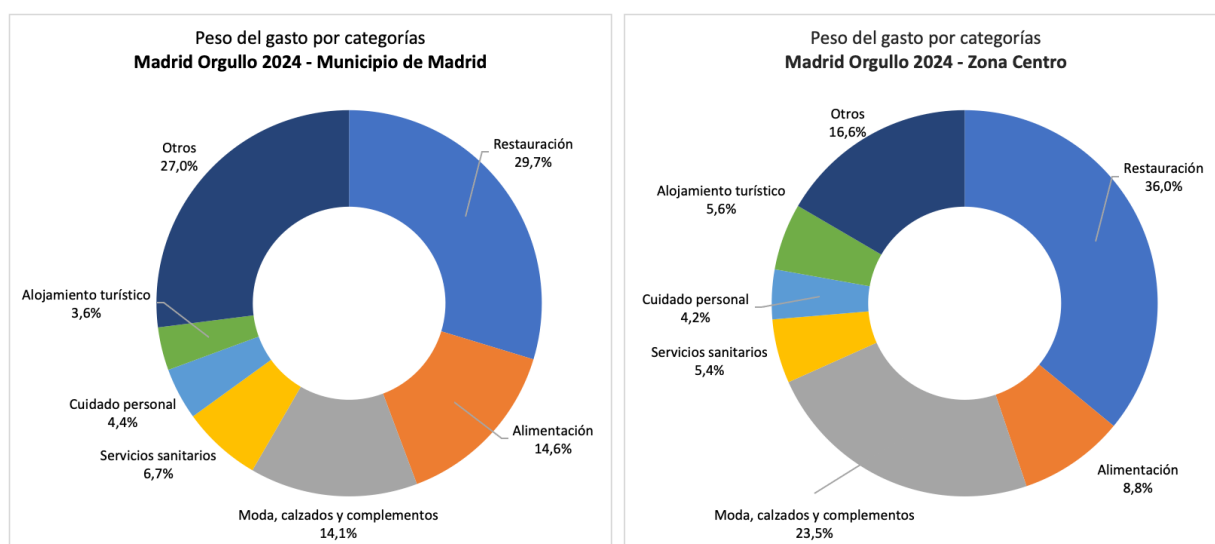
Aplicando metodología de análisis económico Input-Output desarrollada por Leontief, estos 47,3 millones han generado en la ciudad de Madrid un gasto indirecto de 15,9 millones sobre el **valor de la producción total**, y un gasto inducido de 36,5 millones. Lo que suma un total de 99,8 millones **sobre el valor total de la producción**.

En términos de Valor Añadido Bruto (VAB), el incremento de gasto directo generado en el período del Orgullo 2024 supone 29,2 millones de euros **sobre el VAB**, unos gastos indirectos de 8,9 millones, 21,0 millones de gastos inducidos. Lo que suma un total de 59,1 millones **sobre el total del VAB**.

2.- GASTO ESTIMADO SEGÚN CATEGORÍAS DE GASTO

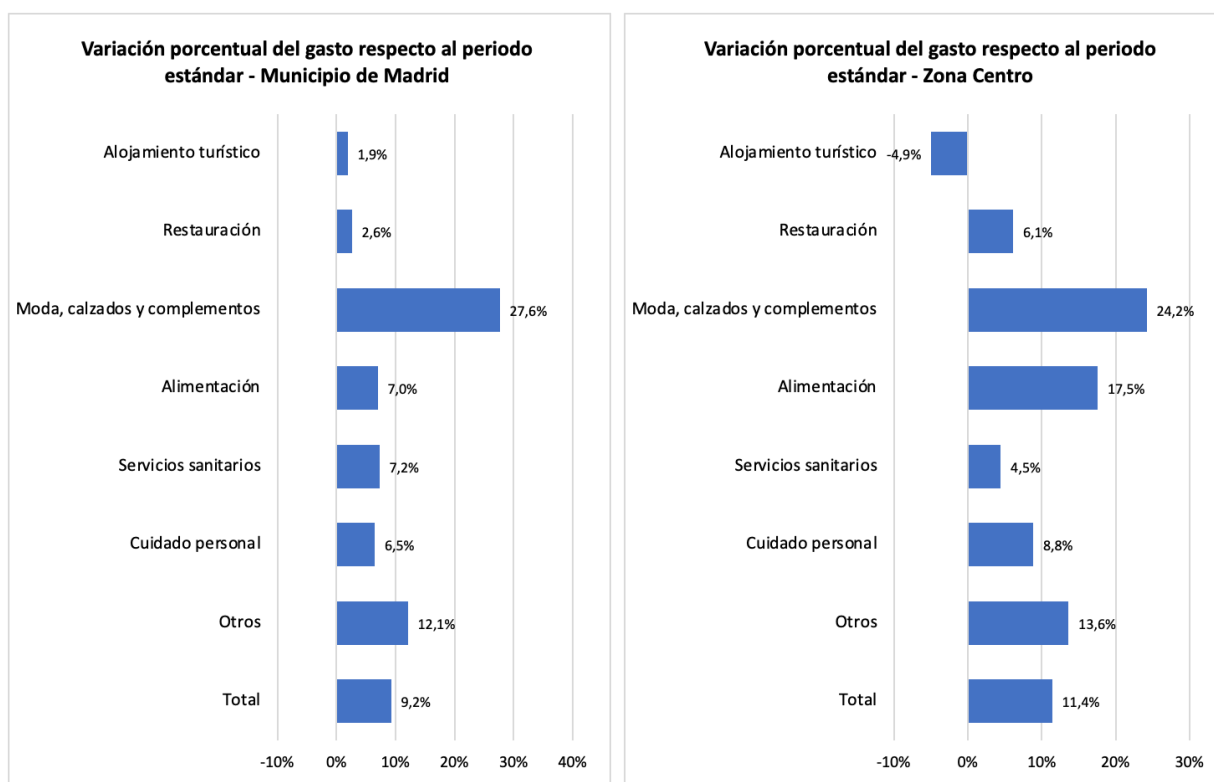
Durante el periodo del Madrid Orgullo de 2024, **las categorías con mayor peso en el total del gasto** en el **municipio de Madrid** fueron: Restauración (29,7%), Alimentación (14,6%) y Moda, calzado y complementos (14,1%).

La estructura del gasto fue muy diferente en la **zona Centro**, donde tuvo mucho más peso la Restauración (36,0%) y la Moda, calzado y complementos (23,5%) y mucho menos peso la Alimentación (8,8%).

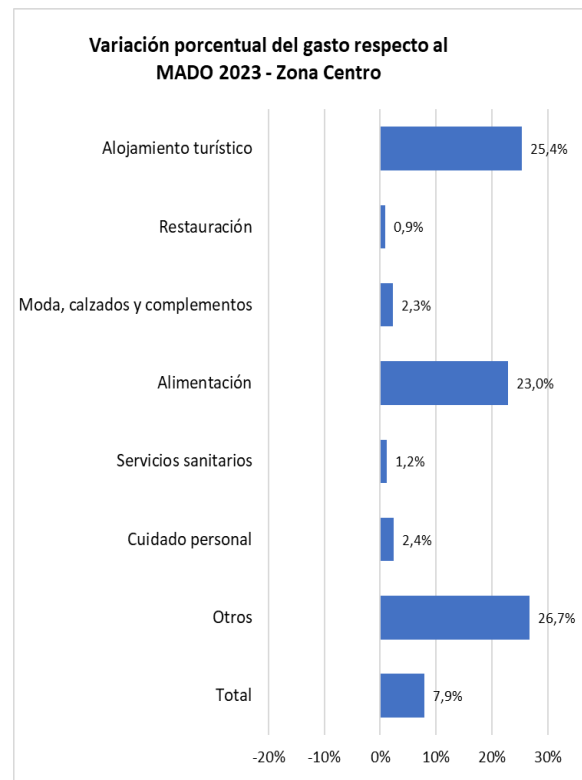
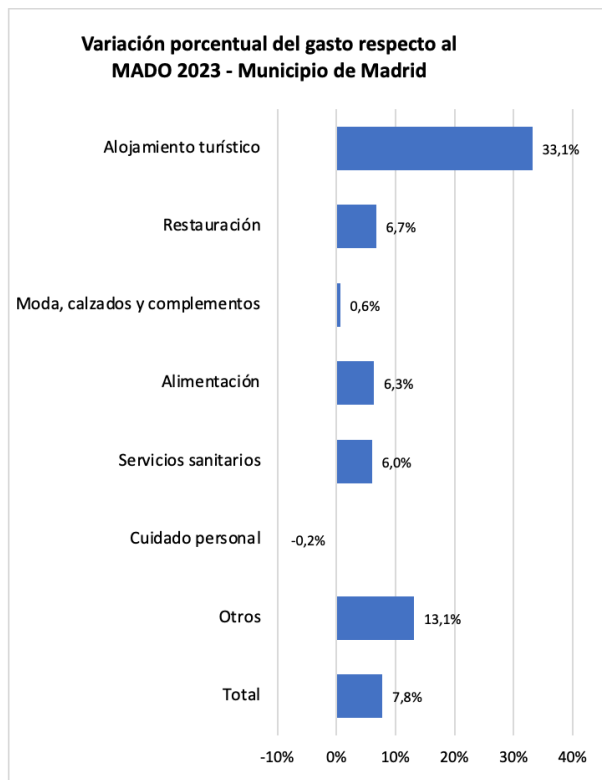


3.- VARIACIÓN DEL GASTO POR CATEGORÍAS DE GASTO

En **comparación con el periodo estándar**, todas las categorías experimentaron aumentos de gasto en el municipio de Madrid y casi todas en la zona Centro. Con respecto al periodo estándar, las categorías que registraron incrementos superiores a la media en el municipio de Madrid fueron las de Moda, calzado y complementos y Otros. En la zona Centro los principales crecimientos se registraron en categorías de Moda, calzado y complementos, Alimentación y Otros. Para interpretar estos datos hay que tener en cuenta que a la semana del Orgullo se le superpone la temporada de rebajas de verano.



En comparación con la semana del Orgullo 2023, casi todas las categorías experimentaron crecimientos positivos en el municipio de Madrid y todas en la zona Centro. En el municipio de Madrid destaca sobre todo el aumento registrado en la categoría Alojamiento turístico. En la zona centro a la categoría de Alojamiento turístico se unen las de Alimentación y Otros con crecimientos muy superiores a la media.

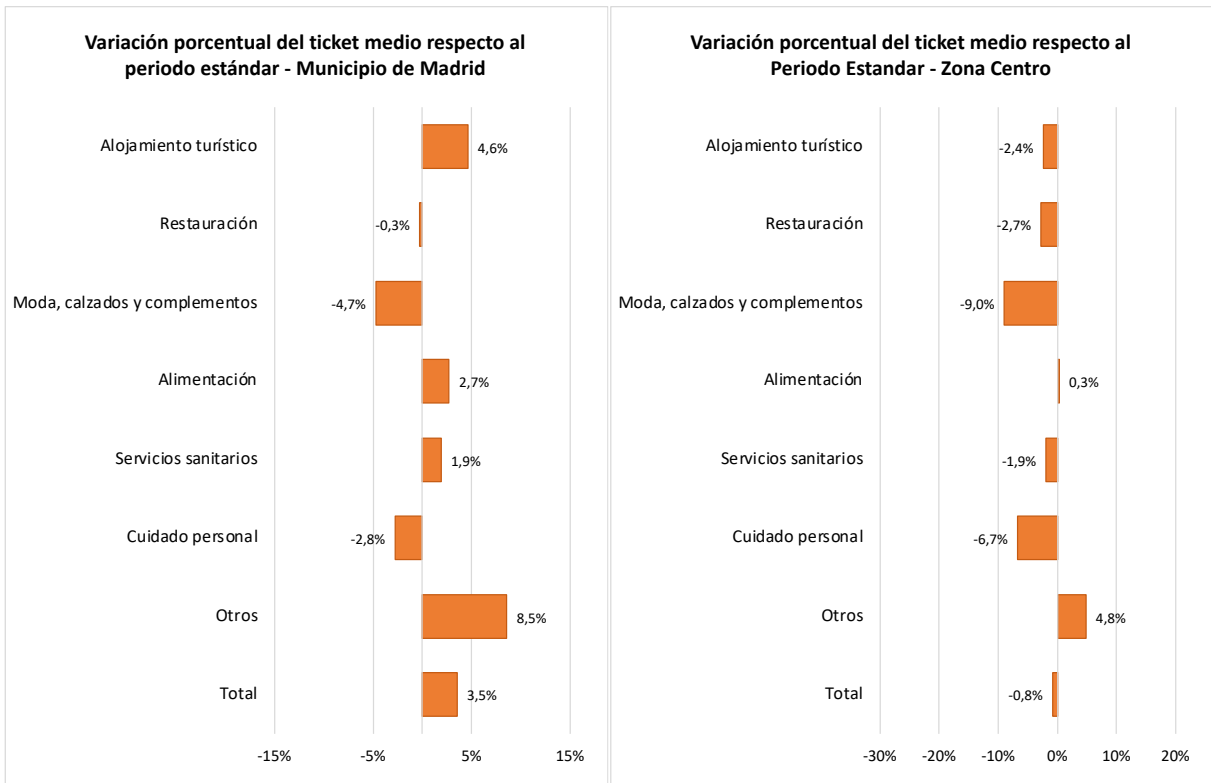


4.- VARIACIÓN DEL TICKET MEDIO POR CATEGORÍAS DE GASTO

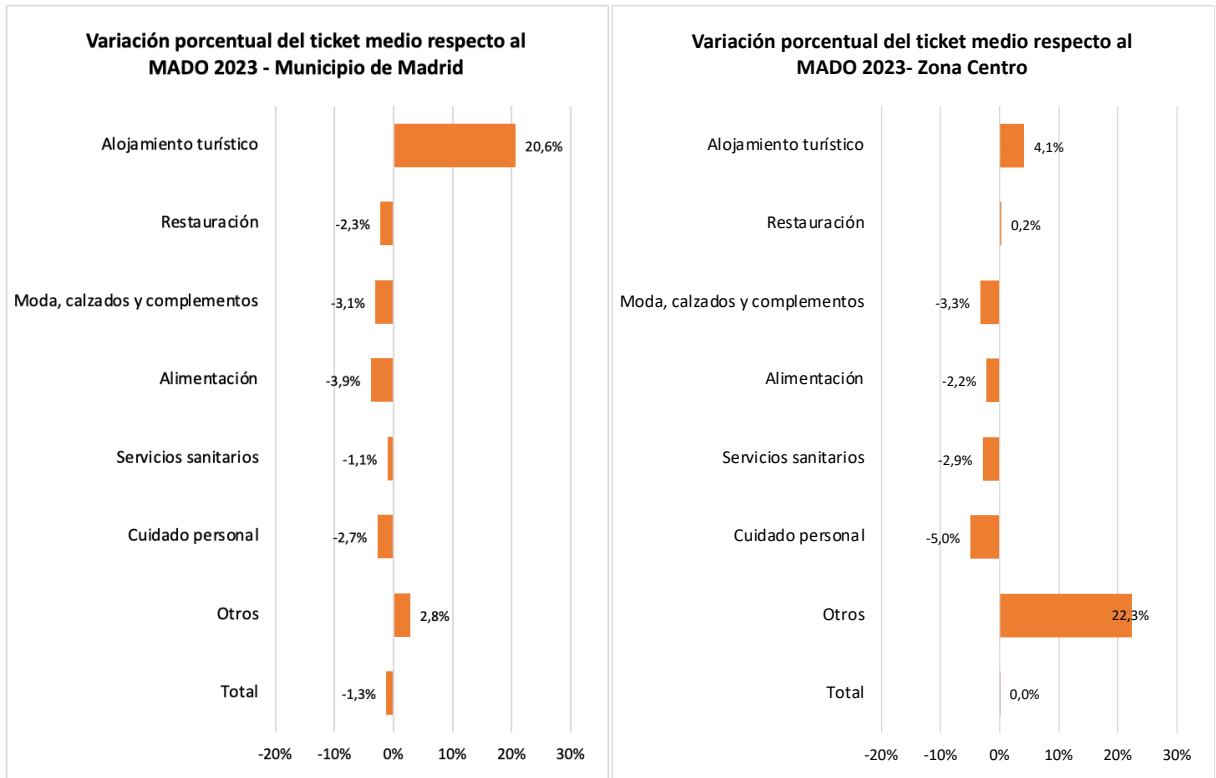
Centrando la atención en las principales categorías de gasto y en comparación al periodo estándar, **en el municipio de Madrid el ticket medio con tarjeta** bajó en Restauración (-0,3%) y sobre todo en Moda, calzado y complementos (-4,7%), mientras que subió en Alimentación (2,7%).

Por lo que se refiere a **la zona Centro, el valor del ticket medio** bajó un -2,7% en Restauración y un 9,0% en Moda, calzado y complementos, mientras que subió un 0,3% en Alimentación.

Contrasta la subida en Alojamiento turístico en el conjunto del municipio de Madrid (4,6%) con la bajada registrada en la zona Centro (-2,4%).



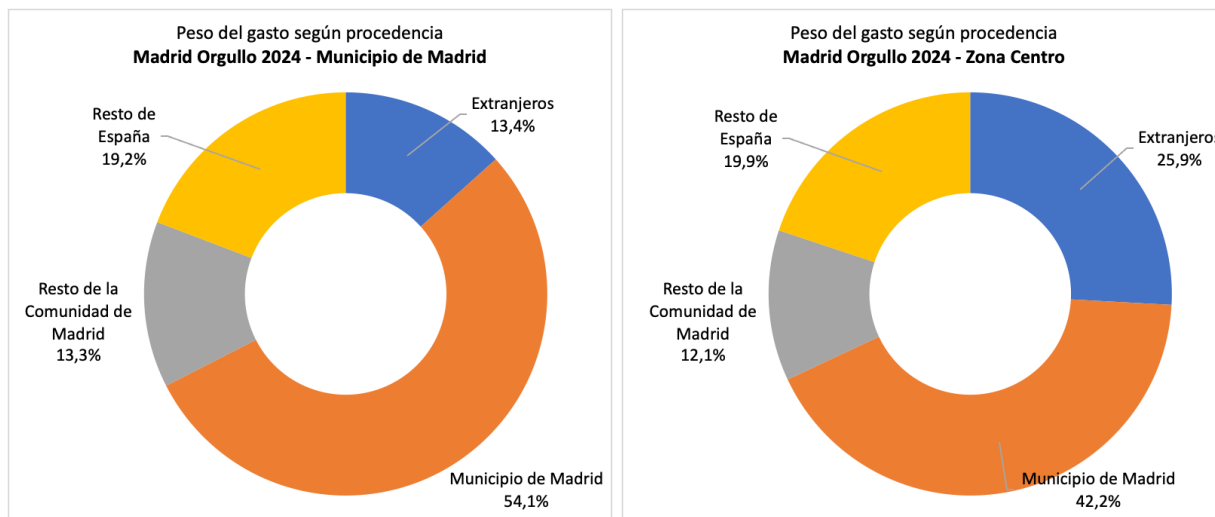
En comparación con el periodo del Orgullo 2023, el rasgo más destacable es la subida del valor del ticket medio en Alojamiento turístico en el municipio de Madrid (20,6%) en mayor medida que en la zona centro (4,1%).



5. GASTO ESTIMADO SEGÚN PROCEDENCIA

El peso del gasto de los residentes en el municipio de Madrid sobre el **gasto total en el municipio** fue del 54,1%. Las compras de los habitantes del resto de la Comunidad de Madrid supusieron un 13,3% del gasto total, mientras que los visitantes nacionales y extranjeros aportaron un 19,2% y un 13,4% del gasto total, respectivamente.

En **la zona Centro** el peso de los locales fue bastante más bajo (42,2%) que en el conjunto del municipio, mientras que el de los extranjeros resultó ser mucho más alto (25,9%).



6. VARIACIÓN DEL GASTO ESTIMADO SEGÚN PROCEDENCIA

Con respecto al periodo estándar, el colectivo que experimentó un mayor aumento del gasto fue el de los visitantes nacionales (13,8% en el municipio de Madrid y 24,2% en la zona Centro), en contraste con un ligero descenso del gasto de los turistas extranjeros. En relación al periodo del Madrid Orgullo 2023 destaca el aumento de gasto de los visitantes españoles (12,1%) y sobre todo el de los turistas extranjeros (16,7%).

Municipio de Madrid	Gasto en millones de euros Madrid Orgullo 2024 Municipio de Madrid	Variación porcentual Madrid Orgullo 2023	Variación porcentual (con periodo estándar)
Municipio de Madrid	303,2	4,8%	10,3%
Resto de la Comunidad de Madrid	74,7	5,9%	11,2%
Resto de España	107,6	12,1%	13,8%
Extranjero	74,9	16,7%	-1,9%
Total	560,3	7,8%	9,2%

Zona Centro	Gasto en millones de euros Madrid Orgullo 2024 Zona Centro	Variación porcentual Madrid Orgullo 2023	Variación porcentual (con periodo estándar)
Municipio de Madrid	80,9	1,9%	13,8%
Resto de la Comunidad de Madrid	23,2	7,8%	14,4%
Resto de España	38,2	11,1%	24,2%
Extranjero	49,6	16,0%	-1,1%
Total	191,8	7,9%	11,4%

7. PAISES Y PROVINCIAS CON MAYOR GASTO REALIZADO

Desglosando a los **turistas extranjeros** por nacionalidades, se observa que **el colectivo con mayor volumen de gasto**, con gran diferencia, fue el de Estados Unidos (30,3% del gasto total en el municipio de Madrid y 39,4% en la zona Centro), seguido de México, Francia y Reino Unido. El valor del **ticket medio más elevado** correspondió a China (71,3 euros en el conjunto del municipio).

Municipio			Zona Centro		
Países *	Ticket medio (euros)	Peso sobre el total del gasto de extranjeros	Países *	Ticket medio (euros)	Peso sobre el total del gasto de extranjeros
Estados Unidos	43,8	30,3%	Estados Unidos	45,6	39,4%
México	40,3	9,3%	México	41,91	11,7%
Francia	26,4	5,3%	Francia	24,22	5,4%
Reino Unido	25,2	5,0%	Reino Unido	22,15	4,9%
Italia	27,4	3,8%	Italia	25,81	4,2%
Alemania	28,9	3,1%	Alemania	24,1	2,8%
Colombia	40,6	3,0%	Colombia	38,22	2,7%
Portugal	26,7	2,3%	Portugal	23,54	2,0%
China	71,3	2,1%	Brasil	26,72	1,8%
Irlanda	40,8	2,1%	Suiza	42,34	1,6%
Otros	-	33,7%	Otros	-	23,9%

* Top 10 de países con mayor gasto.

Por lo que respecta a los **visitantes nacionales**, las provincias que aportaron un **mayor volumen de gasto** durante el periodo del Madrid Orgullo 2024 fueron las de Barcelona, Toledo, Valencia y Málaga en el municipio de Madrid, mientras que en la zona Centro los primeros lugares correspondieron a Barcelona, Valencia, Santa Cruz de Tenerife y Sevilla.

El **ticket medio más alto** correspondió a Barcelona, con casi 40 euros.

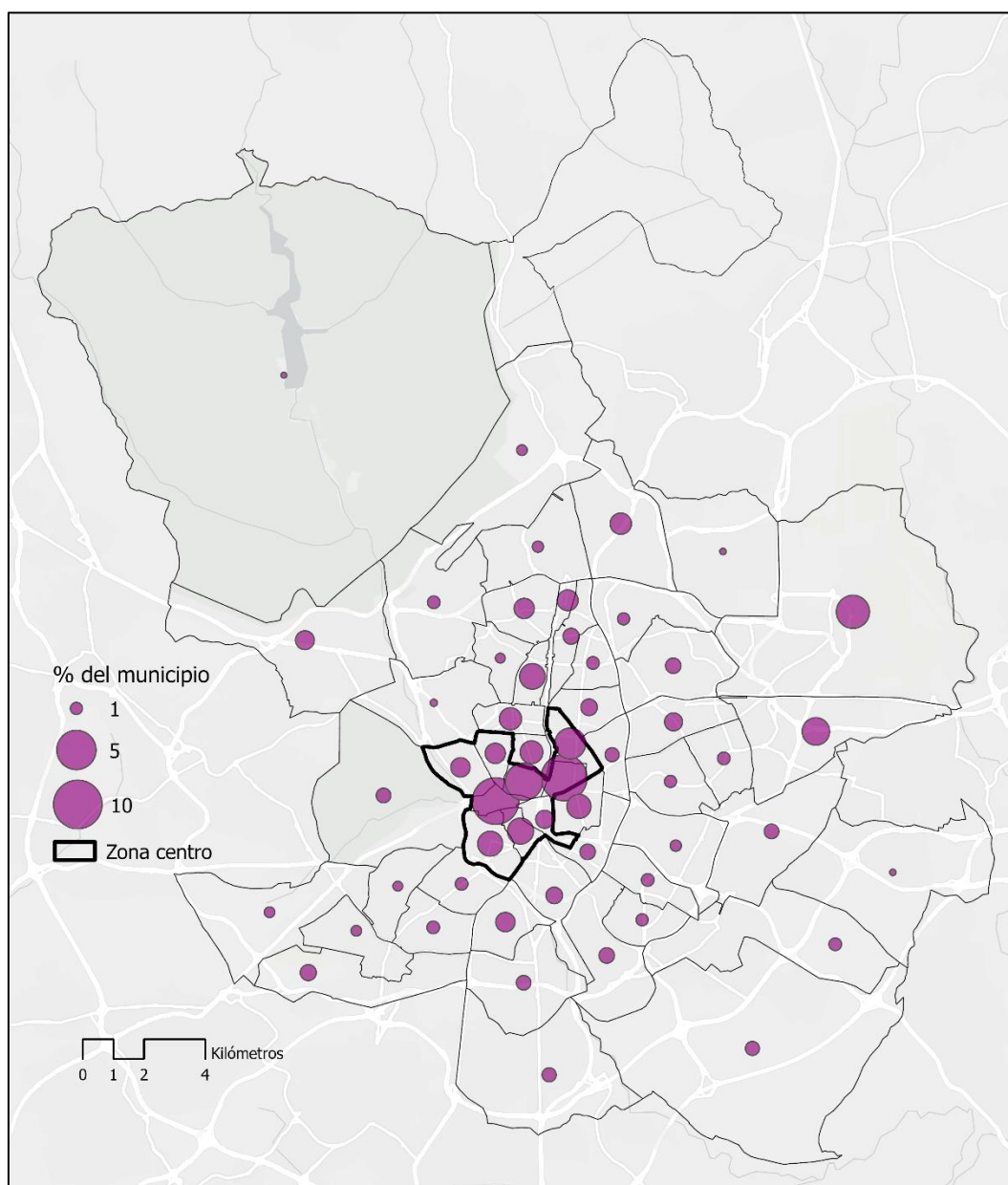
Municipio			Zona Centro		
Provincia *	Ticket medio (euros)	Peso sobre el total del gasto de extranjeros	Provincia *	Ticket medio (euros)	Peso sobre el total del gasto de extranjeros
Barcelona	38,9	15,4%	Barcelona	39,7	25,1%
Toledo	25,0	4,2%	Valencia	23,2	4,6%
Valencia	30,0	4,0%	Santa Cruz de Tenerife	30,1	4,4%
Málaga	28,2	4,0%	Sevilla	24,1	4,3%
Las Palmas	31,8	3,9%	Las Palmas	24,5	4,0%
Sevilla	27,0	3,9%	Alicante	24,1	3,7%
Cádiz	27,9	3,7%	Cádiz	23,1	3,7%
Santa Cruz de Tenerife	34,6	3,6%	Málaga	22,9	3,7%
Alicante	28,9	3,4%	Toledo	20,7	3,2%
Vizcaya	29,3	2,7%	Asturias	23,2	2,4%
Resto	-	51,2%	Resto	-	41,0%

* Top 10 de provincias con más gasto.

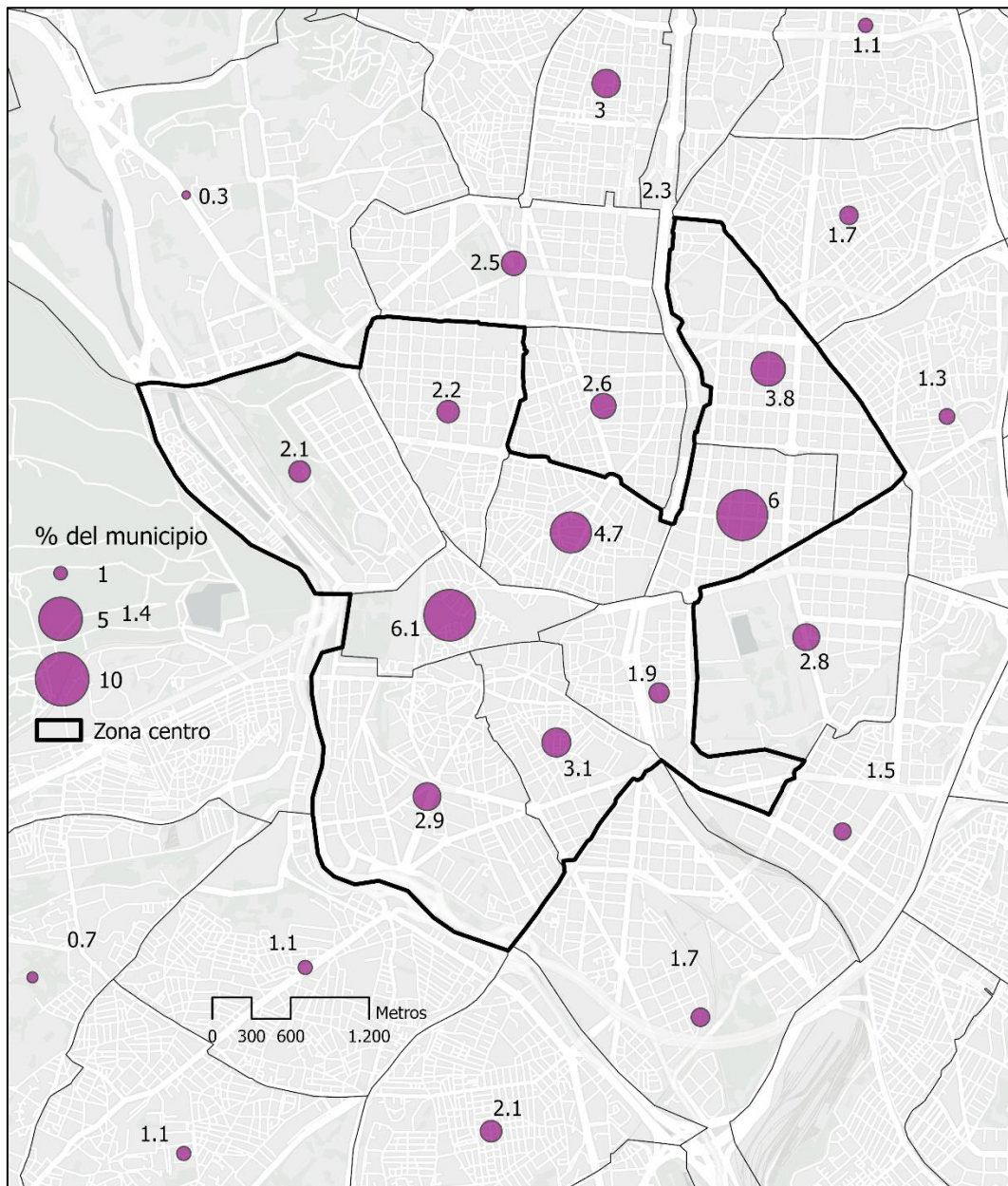
8. GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN CÓDIGOS POSTALES

La distribución del gasto por códigos postales muestra una clara **concentración del mismo en los más céntricos**, destacando por este orden los distritos 28013 (áreas de Gran Vía y Puerta del Sol), 28001 (área sur de la milla de oro, en el Barrio de Salamanca), 28004 (Chueca) y 28006 (área norte de la milla de oro). En cuanto a los **distritos periféricos**, destaca sobre todo el gasto registrado en el código postal 28042 (área del aeropuerto).

Peso del gasto estimado (%) según códigos postales (Municipio de Madrid)

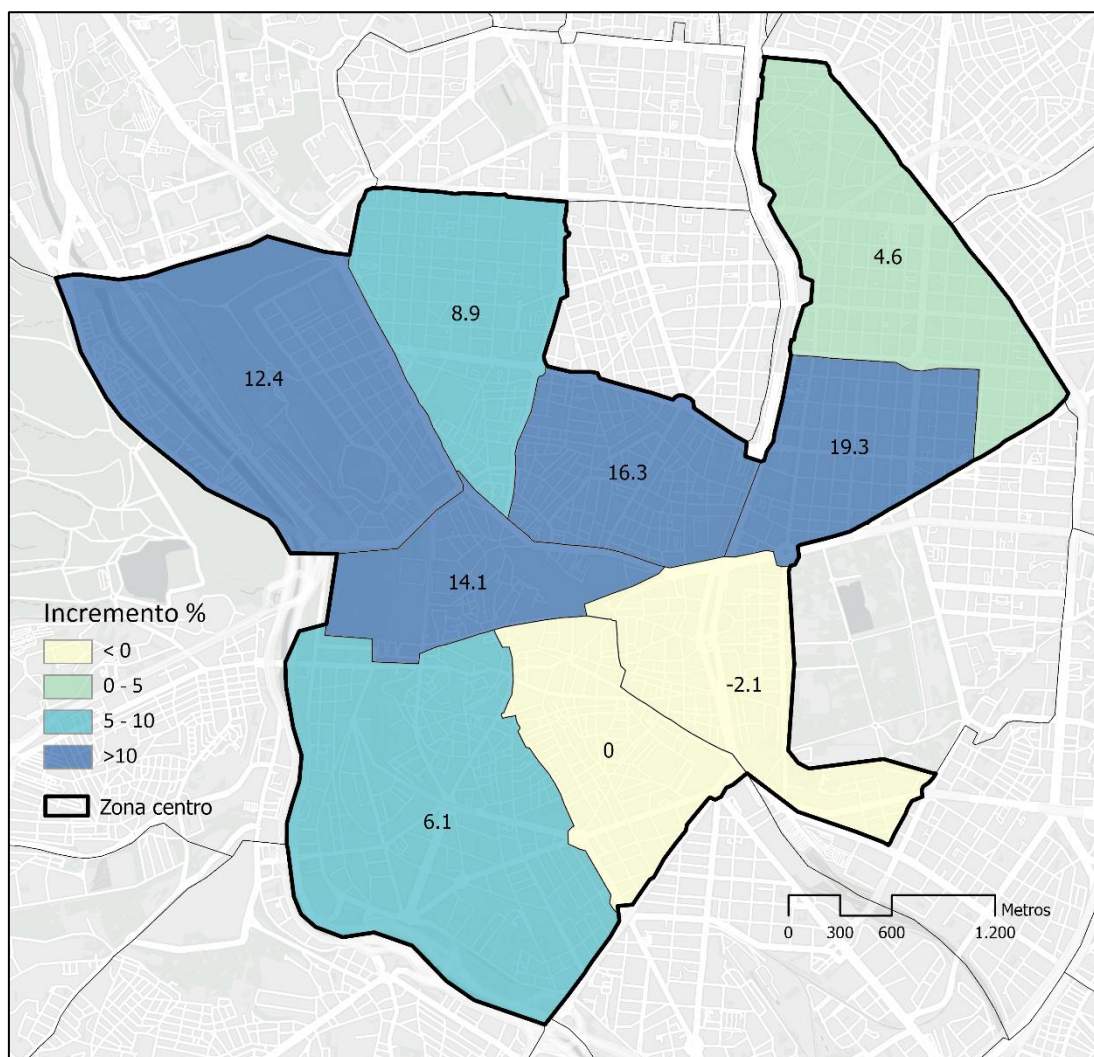


Peso del gasto estimado (%) según códigos postales (Zona Centro)



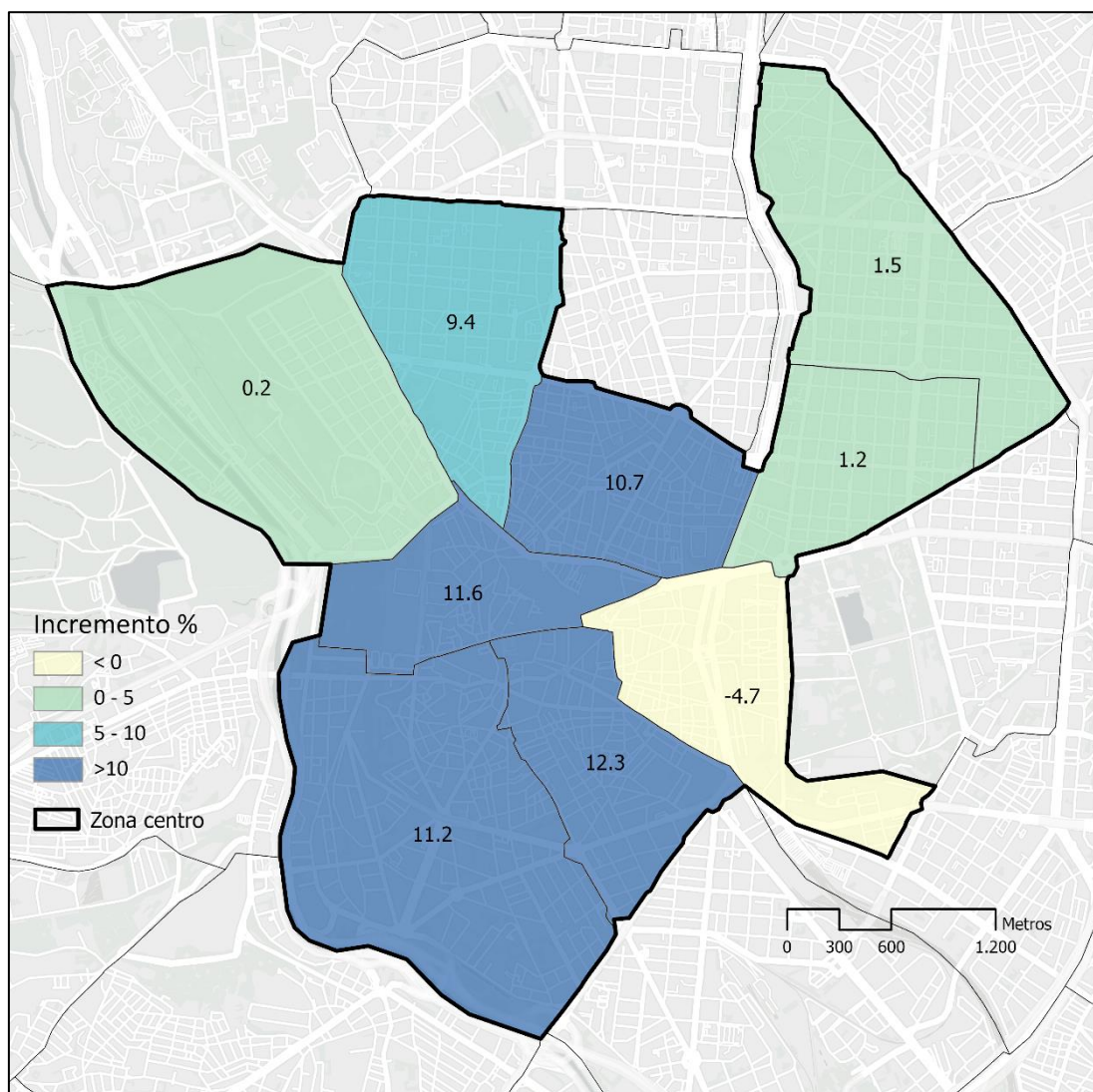
Si se centra la atención en **el incremento del gasto estimado en el periodo del Madrid Orgullo 2024 con respecto al periodo estándar**, destaca el incremento registrado en el área sur de la milla de oro del Barrio de Salamanca (19,3%), en el barrio de Chueca (16,3%) y en las áreas de Gran Vía y Puerta del Sol (14,1%).

Incremento del gasto estimado (%) respecto al periodo estándar según códigos postales (Zona Centro)



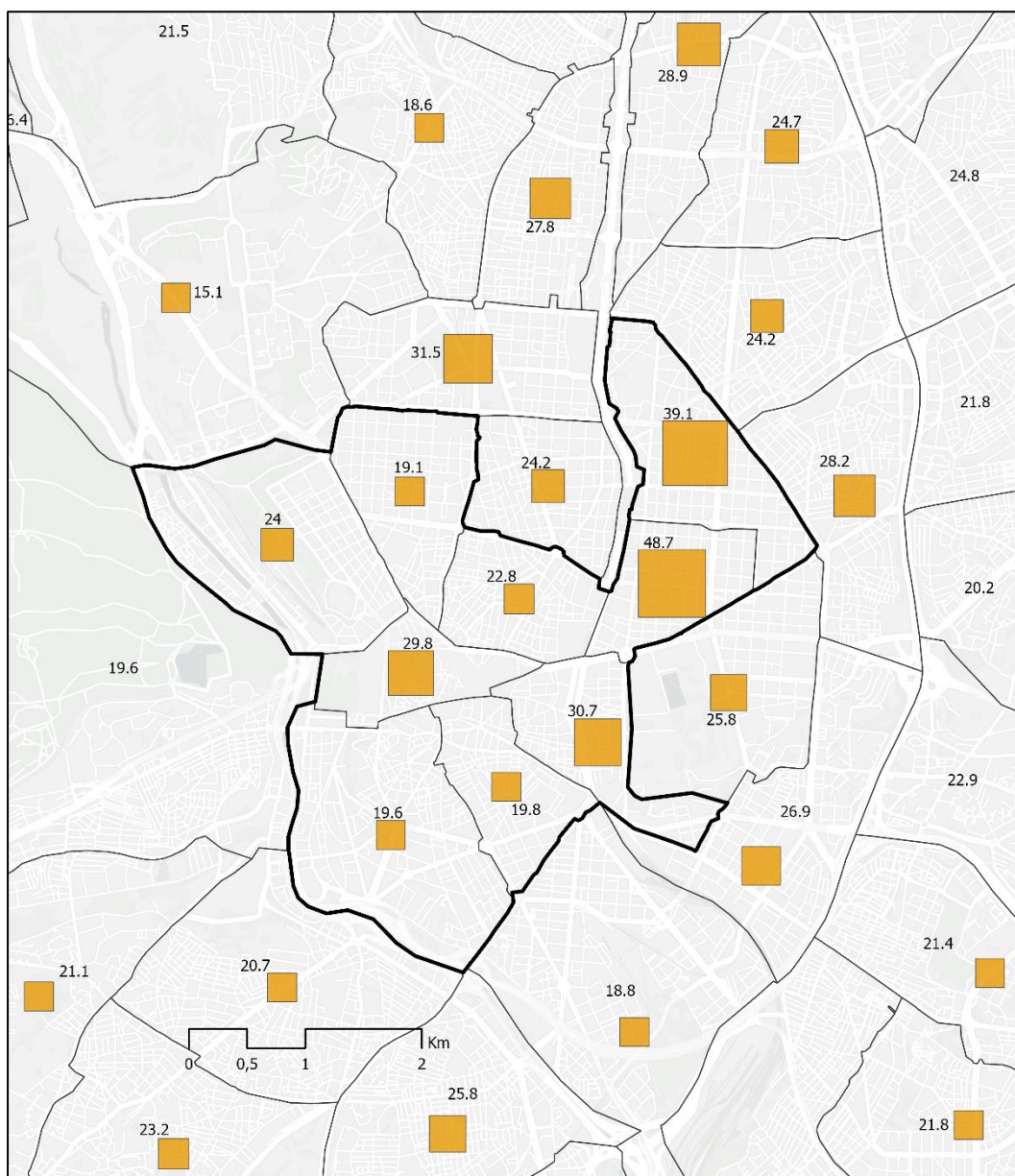
En relación al periodo del Madrid Orgullo 2023, casi todos los distritos postales de la zona Centro experimentaron incrementos de gasto, sobresaliendo entre ellos el crecimiento del 28014 (áreas de los barrios de Las Letras y de Jerónimos), el 28013 (áreas de Gran Vía y Puerta del Sol), el 28005 (Austrias – Pirámides) y el propio barrio de Chueca.

Incremento del gasto estimado (%) respecto al Madrid Orgullo 2023 según códigos postales (Zona Centro)



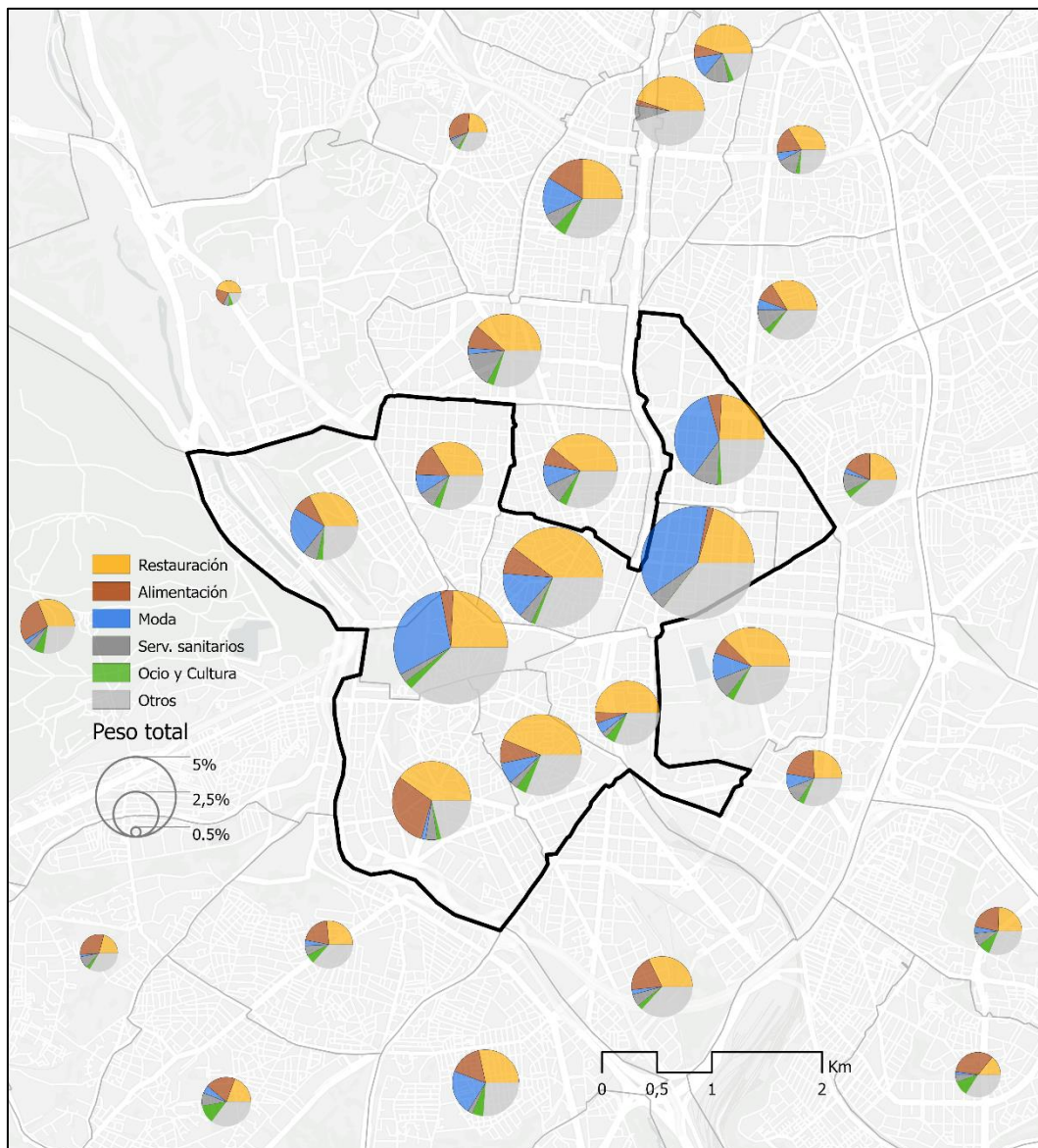
En cuanto al **ticket medio**, los códigos postales 28001 y 28006 (ambos en la milla de oro del barrio de Salamanca) se sitúan claramente por encima de los valores de los demás códigos postales.

Ticket medio (euros) según códigos postales (Zona centro)



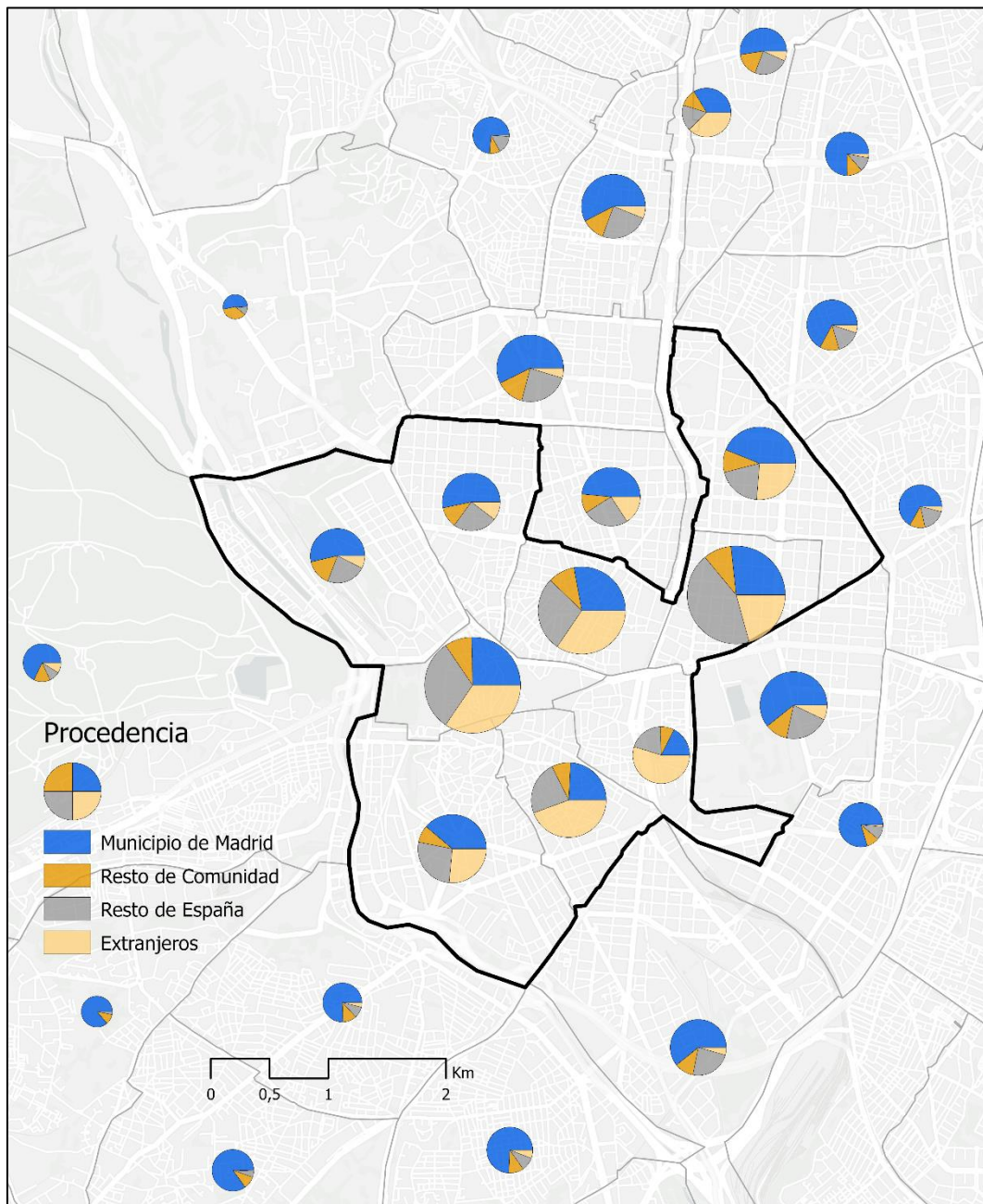
Focalizando la atención en la zona Centro, se observa que es en los distritos postales 28001, 28006 y 28013 (áreas de la milla de oro y Gran Vía) donde tiene un **mayor peso relativo** la categoría **Moda, calzado y complementos**.

Distribución del gasto por categorías según códigos postales (Zona Centro)



Finalmente, en cuanto al **peso del gasto estimado según procedencia**, en los distritos postales de la zona Centro la proporción de gasto de los turistas (tanto nacionales como extranjeros) es extraordinariamente alta, superando holgadamente la mitad del gasto total en buena parte de ellos. En torno a esta área central el peso relativo del gasto del turismo extranjero cae fuertemente y en menor medida el del turismo nacional, a la vez que aumenta el peso del gasto de los locales, que se convierte en dominante.

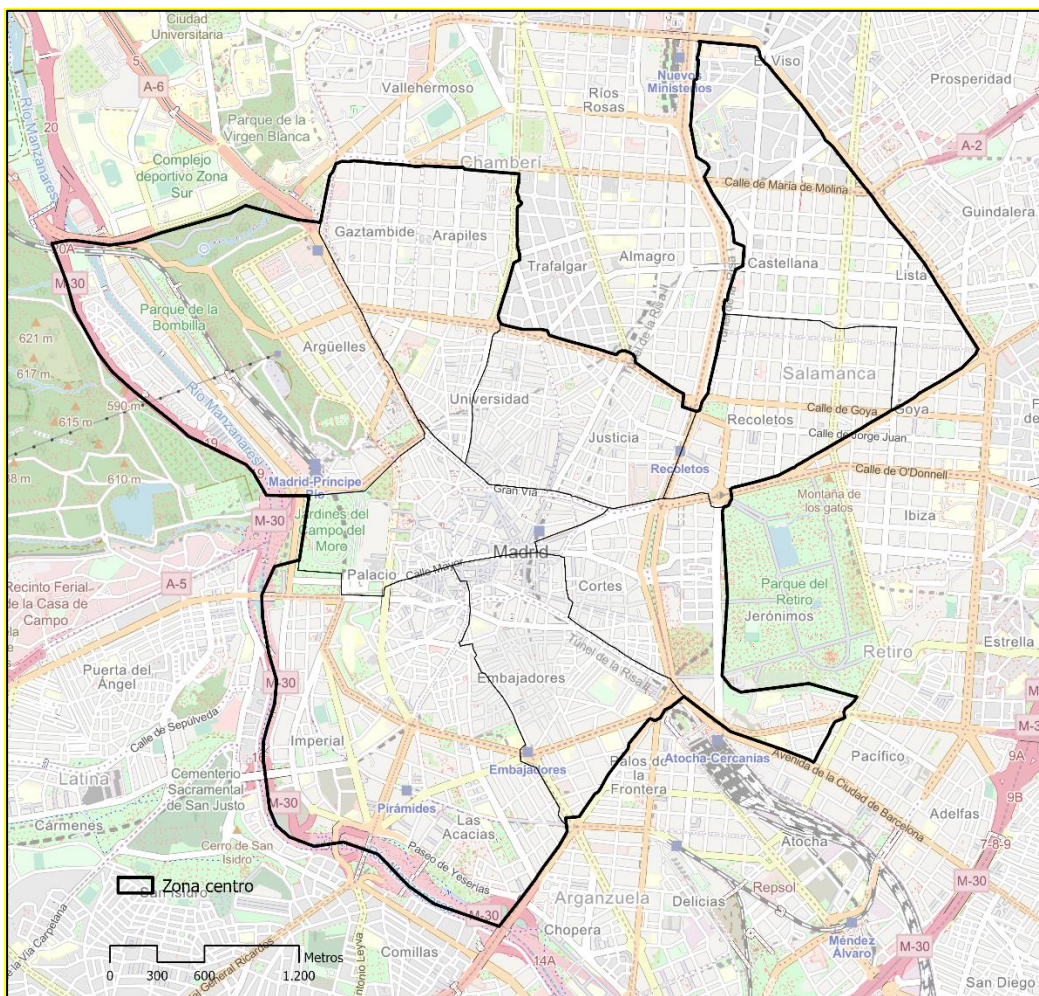
Peso del gasto estimado por códigos postales según procedencia (en %) (Zona Centro)

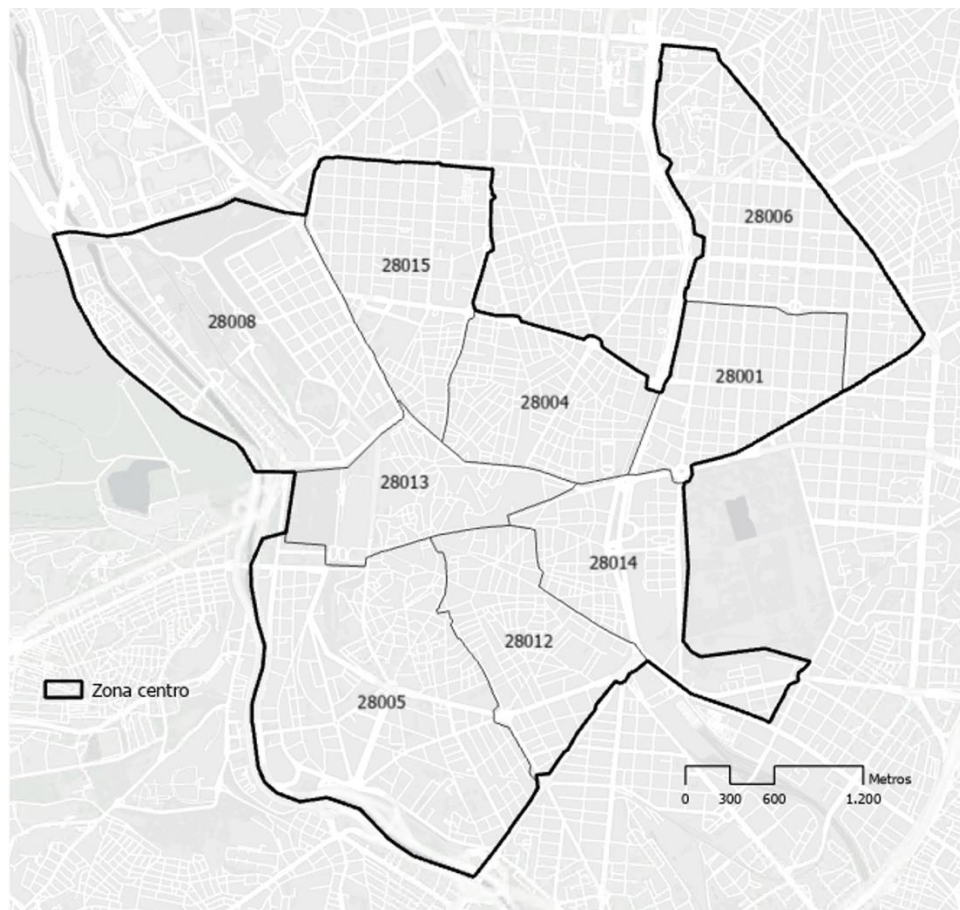


* *Gasto realizado en la ciudad de Madrid en bienes no duraderos.*

ANEXO

- **Período Madrid Orgullo 2024:** Del 28 de junio al 7 de julio de 2024.
- **Período Madrid Orgullo 2023:** Del 23 de junio al 2 de julio de 2023.
- **Periodo estándar:** Media del periodo inmediatamente anterior (14 al 23 de junio de 2024) y posterior (12 al 21 de julio del 2024).
- Mapa con la delimitación de la **Zona Centro**. Códigos postales: 28001, 28004, 28005, 28006, 28008, 28012, 28013, 28014, 28015.





* Gasto realizado en la ciudad de Madrid en bienes no duraderos. Datos provisionales.

Fuente: Elaboración a partir de información estadística de datos, disociados o anonimizados irreversiblemente, tras haber sido sometidos a un proceso de agregación, de una parte de las transacciones con tarjetas emitidas por BBVA en TPVs de cualquier entidad y/o realizadas en TPVs físicos de BBVA, proporcionados por Geoblink.

Estos datos han sido elevados a la totalidad del gasto en tarjetas bancarias y posteriormente a la totalidad del gasto realizado en bienes no duraderos (tarjetas bancarias y efectivo).